

**ONE PLANET  
BUSINESS**



  
**LEUPHANA**  
UNIVERSITÄT LÜNEBURG



# ONE PLANET BUSINESS

Das Unternehmensprogramm  
des CSM (Leuphana Universität Lüneburg)  
und des WWF Deutschland

# One Planet Business - Überblick

---

Der WWF Deutschland und das CSM (Centre for Sustainability Management) der Leuphana Universität Lüneburg haben ein Lehr- und Beratungsprogramm entwickelt, um Nachhaltigkeit systematisch in Unternehmen zu verankern. Das Programm ist aufgegliedert in fünf Module à eineinhalb Tage (in Frankfurt und Berlin) mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Durch das Zusammenspiel der Forschung der Leuphana Universität Lüneburg und der Erfahrung des WWF aus der praktischen Naturschutzarbeit wird den teilnehmenden Unternehmen ein breites Verständnis für Nachhaltigkeitsherausforderungen vermittelt.

Um eine gezielte Bearbeitung der unternehmensspezifischen Themen zu ermöglichen, werden im Vorfeld im Rahmen einer ökologischen Standortbestimmung durch den WWF die individuellen Nachhaltigkeitsherausforderungen der einzelnen Unternehmen identifiziert. Diese werden dann konkret im Rahmen des Programms anhand von Fallbeispielen adressiert.

Diese Fortbildung dient dem Wissensaufbau von Unternehmen: Zu den Schwerpunktmodulen werden jeweils Vertreter aus den relevanten Abteilungen eingeladen; der Nachhaltigkeitsbeauftragte nimmt an allen Modulen teil. So werden die Akzeptanz, Relevanz und Kooperation – und damit die erfolgreiche Umsetzung im Unternehmen – gefördert.

Seinen Abschluss findet das Programm in einem Dialog mit Prof. Dr. Stefan Schaltegger (Leitung Institut CSM Leuphana) und Eberhard Brandes (Vorstand WWF), zu dem die Geschäftsführungen der teilnehmenden Unternehmen eingeladen werden.

Insgesamt soll das Unternehmensprogramm einen Rahmen schaffen, in dem Unternehmen, Naturschutzexperten und die Wissenschaft auf Augenhöhe voneinander lernen können.

Modul	Datum	Thema	Inhalt		Ziel	Teilnehmer
0	ab März 2016 Individuelle telefonische Abstimmung	Ökologische Standortbestimmung	Der WWF analysiert die Nachhaltigkeitsherausforderungen des Unternehmens. Diese Analyse zeigt wesentliche Themen auf und ermöglicht die Bearbeitung relevanter Themen während des Programms		Priorisierung der unternehmensspezifischen Nachhaltigkeitsthemen	Durchgeführt durch den WWF in Abstimmung mit dem Nachhaltigkeitsmanager
1	19. Mai 2016 Berlin	Einführung	Unternehmen und Naturschutz, verantwortliches Handeln und Sicherung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit		Strategien zur Integration von Nachhaltigkeit in die Unternehmensvision	Nachhaltigkeitsmanager
	20. Mai 2016 Berlin	Unternehmensstrategie	Was muss in Gang gesetzt werden, um ein effektives Nachhaltigkeitsmanagement zu entwickeln und wie kann dieses risikominimierend und umsatzwirksam mit dem Kerngeschäft verbunden werden?		Übergreifende Definition von Nachhaltigkeitszielen für das Unternehmen	Nachhaltigkeitsmanager
2	02./03. Juni 2016 Frankfurt	Supply-Chain-Management	Wie können Nachhaltigkeitsrisiken bei der Beschaffung vermieden werden? Wie können mit Lieferanten Verbesserungen eingeleitet werden, so dass sie auch ökonomisch tragfähig sind?		Überblick über Nachhaltigkeitsrisiken in der Lieferkette des Unternehmens	Nachhaltigkeitsmanager, Manager Logistik/Einkauf
3	22./23. September 2016 Frankfurt	Interne Prozesse	Wie wird Nachhaltigkeit im Unternehmen verankert? Wie werden Ziele gesetzt und abteilungsübergreifend durchgesetzt? Wie werden Mitarbeiter zum Umdenken motiviert?		Aufbau eines abteilungs- und prozessübergreifenden Nachhaltigkeitsmanagements  Entwicklung eines Implementierungsplans	Nachhaltigkeitsmanager, Manager Controlling
4	24./25. November 2016 Berlin oder Frankfurt (wird rechtzeitig bekannt gegeben)	Innovationsmanagement/Marketing	Wie können innovative Produkte und Dienstleistungen entwickelt werden? Wie lassen sich damit Umsatz und Renditepotenziale aufbauen und erschließen?		Entwicklung von neuen Ideen für Produkte und Dienstleistungen	Nachhaltigkeitsmanager, Manager Marketing
5	16. Februar 2017 Berlin	Kommunikation	Wie lassen sich Engagement und noch unge löste Probleme im Nachhaltigkeitsmanagement glaubwürdig kommunizieren? Wie wird die Verbindung zum Kerngeschäft dargestellt? Wie wird ein effizienter Stakeholderdialog geführt?		Erstellung einer Kommunikationsstrategie, Übersetzung in das Nachhaltigkeitsreporting	Nachhaltigkeitsmanager, Manager PR/Unternehmenskommunikation
	17. Februar 2017 Berlin	Abschlusspräsentation	Welche Lerneffekte wurden im vergangenen Jahr erzielt und welche konkreten Anstöße/Aktivitäten gingen für das Unternehmen davon aus? Welche konkrete Agenda schließt sich für das nächste Jahr an?		Zusammenfassung und Ausblick	Nachhaltigkeitsmanager, Geschäftsführung

# Zu Beginn - die ökologische Standortbestimmung

---

Im Rahmen der ökologischen Standortbestimmung prüft der WWF, in welchen Bereichen die wesentlichen Umweltauswirkungen eines Unternehmens liegen. Die Standortbestimmung umfasst auch die Beurteilung von Chancen und Risiken für das Unternehmen. Das Unternehmen erhält dazu einen zusammenfassenden Bericht.

Die Prüfung der wesentlichen Themen basiert auf folgenden Quellen:

- Relevante Standards für die jeweilige Branche
- „Environment, Social and Governance“-Daten (RepRisk etc.)
- Experteninterviews
- Weitere Recherchen

Dabei kann die Bewertung der relevanten Risiken anhand eines Scoringmodells vorgenommen werden. Das Scoringmodell erlaubt eine objektive Bewertung und Priorisierung. Dabei werden risikosteigernde und risikominimierende Aktivitäten des Unternehmens in die Bewertung aufgenommen.

Aufbauend auf den Ergebnissen der ökologische Standortbestimmung identifizieren das Unternehmen und WWF gemeinsam die Vertiefungsthemen im Rahmen des One Planet Business-Programms. Neben den wesentlichen Umweltfaktoren bzw. Risiken, die durch die ökologische Standortbestimmung herausgearbeitet werden konnten, fließen in die Identifizierung von Handlungsschwerpunkten auf der einen Seite Kriterien der Umsetzbarkeit im Unternehmen und auf der anderen Seite Prioritäten des WWF mit ein. Das Programm wird an die identifizierten spezifischen Anforderungen der teilnehmenden Unternehmen angepasst.

Die ökologische Standortbestimmung ist fester Bestandteil des One Planet Business-Programms und darüber hinaus eine sinn- und wertvolle Unternehmensanalyse. Die Kosten bemessen sich nach Umfang, Vorarbeit und Komplexität.

# WWF Deutschland – seit über 50 Jahren im Einsatz für die Natur

---

Der World Wide Fund For Nature (WWF) ist eine der größten und erfahrensten Naturschutzorganisationen der Welt und in mehr als 100 Ländern aktiv. Weltweit unterstützen ihn fünf Millionen Förderer. Das globale Netzwerk des WWF unterhält 90 Büros in mehr als 40 Ländern. Rund um den Globus führen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktuell 1.300 Projekte zur Bewahrung der biologischen Vielfalt durch. Der WWF berät und unterstützt zum Beispiel Unternehmen dabei, Wertschöpfungsketten nachhaltiger zu gestalten und die wichtigsten Treiber des Biodiversitätsverlusts zu reduzieren. Durch diese bilateralen Partnerschaften lassen sich Naturschutzergebnisse erzielen, die anders nicht möglich wären. Sie sollen signalisieren, dass nachhaltiges Wirtschaften möglich ist, und Branchen und Märkte beeinflussen. Bei anderen Partnerschaften stehen die Sensibilisierung für wichtige Umweltthemen und die Änderung des Konsumentenverhaltens im Fokus. Dies kann durch gemeinsame Kommunikation (darunter auch Marketingkampagnen und Lizenzvereinbarungen) erreicht werden. Wer unsere Ziele unterstützt, kommt für uns als Partner in Frage.

## Teilnehmer

Das Programm bietet einen geeigneten Rahmen für mittelständische Unternehmen, die ein Nachhaltigkeitsmanagement/eine Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen verankern möchten. Das Programm richtet sich an „Neulinge bis Fortgeschrittene“. Die Teilnahme ist auf max. 12 Unternehmen beschränkt.

Bewerbungsschluss: 25. März 2016

## Umfang

Pro Veranstaltung ca. 12 Stunden (netto):

- » 3–4 Impulsreferate (je 1 h)
- » 3–4 Arbeitsphasen (je 1,5 h)
- » 3–4 Ergebnisdiskussionen

Zusätzlich ist in geringem Umfang eine Vor- und Nachbereitung erforderlich. Die Teilnehmer sollten zudem die Möglichkeit haben, Zeit (ca. 15 h) in die Bearbeitung eines Fallbeispiels zu investieren.

## Kosten

Die Kosten für das Lehrprogramm inklusive Veranstaltungen und Materialien belaufen sich auf EUR 8.900 pro Unternehmen (für zwei Teilnehmer; exklusive Verpflegung, Reisekosten und Übernachtungen, zzgl. MwSt.).

Die Kosten der ökologischen Standortbestimmung sind je nach Umfang und Komplexität firmenspezifisch. Eine Preisauskunft erfolgt auf Nachfrage.

Das Centre for Sustainability Management (CSM) der Universität Lüneburg ist ein international tätiges Kompetenzzentrum zu unternehmerischem Nachhaltigkeitsmanagement. Unter der Leitung von Prof. Dr. Stefan Schaltegger arbeiten hier derzeit rund 40 wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den Bereichen Umweltwissenschaften, Wirtschaftswissenschaften und Volkswirtschaftslehre.

Zu den Aufgaben des CSM gehören sowohl die theoretische, transdisziplinäre und anwendungsorientierte Forschung zu unternehmerischem Nachhaltigkeitsmanagement als auch die Initiierung und wissenschaftliche Begleitung von Modellprojekten. Daneben ist das CSM in zahlreichen nationalen und internationalen Master- und Weiterbildungsprogrammen tätig und organisiert einen Wissenstransfer in die Praxis. Zu den Forschungsschwerpunkten des CSM zählen:

- » Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements und nachhaltiges Unternehmertum
- » Messung, Informationsmanagement und Kommunikation
- » Sustainable Finance
- » Corporate Social Responsibility und Management von Stakeholder-Beziehungen
- » Integrative Umweltökonomie

# One Planet Business – Nachhaltigkeit in der Praxis

---

- » Kombination aus Lehrveranstaltung und Beratung basierend auf einer vorgeschalteten ökologischen Standortbestimmung
- » Unternehmensprogramm unter Einbeziehung unterschiedlicher Abteilungen und der Geschäftsführung
- » Unternehmensspezifische Themen werden durch eine individuelle ökologische Standortbestimmung gezielt und individuell bearbeitet und führen zu praxisorientierten Anwendungen
- » Die Zusammenarbeit von Forschung und Naturschutz bietet einen gewinnbringenden Rahmen für die Vermittlung eines breiten Verständnisses ökologischer Herausforderungen und Lösungsstrategien
- » Systematische Verankerung und Weiterentwicklung des Themas Nachhaltigkeit im Unternehmen
- » Fünf fachliche Veranstaltungen und ein begleitender Dialog auf Geschäftsleitungsebene mit Prof. Dr. Stefan Schaltegger (Leitung Institut CSM) und Eberhard Brandes (Vorstand WWF)
- » Kontakt und Zugang zu Organisationen, Vordenkern und Nachhaltigkeitsprojekten sowie ausführliche Dokumentation

Wir freuen uns, von Ihnen zu hören.  
Bei Rückfragen stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung.

## **Ansprechpartner**

Alexander Liedke  
WWF Deutschland  
Reinhardtstr. 18  
10117 Berlin

E-Mail: [Alexander.Liedke@wwf.de](mailto:Alexander.Liedke@wwf.de)  
Direkt: +49 30 311 777 746  
Mobil: +49 151 188 54 867



### **Unser Ziel**

Wir wollen die weltweite Zerstörung der Natur und Umwelt stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben.

[wwf.de](http://wwf.de) | [info@wwf.de](mailto:info@wwf.de)

### **WWF Deutschland**

Reinhardtstr. 18  
10117 Berlin | Germany

Tel.: +49 (0)30 311 777 700  
Fax: +49 (0)30 311 777 888